融媒时代新闻出版与广播电视产业融合策略

摘　要：融媒时代下，新闻多渠道传播，传统新闻出版与广播电视的影响力下降。在这样的背景下，本文对新闻出版与广播电视融合的主要方式、存在的问题以及发展策略进行研究，分析其融合发展的优点以及不足，针对问题提出建议，促进新闻出版与广播电视的深度融合与创新发展。

关键词：新闻出版 广播电视 融合发展 融媒
中图分类号：G239.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）04-023-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.04.003

文 / 孙光磊

1. 新闻出版与广播电视融合背景

1.1 融媒时代需求

当前，文化产业已经进入融媒体时代[2]，随着信息技术的发展，各种传播媒介在新闻等信息传播过程中呈现出一体化的发展趋势。印刷的、音频的、视频的、互动性数字媒体组织之间开始进行战略的、操作的、文化的联盟。[1] 融媒时代侧重于不同传播媒介的互动组合的方式，强调了融媒时代的传播方式多样性与传播渠道的综合性。融媒在侧重消息传播方式的同时，与经济发展形式及社会集体意识的关系更为密切。具有满足时代需求，满足受众最佳接受方式而改变传播方式的特点。

1.2 多媒体竞争下的选择

新闻出版与广播电视产业融合，不仅仅是为了符合融合环境下新闻平台融合的需求，还受到行业发展的现实因素的影响。在互联网背景下，新闻出版与广播电视的信息传播作用被弱化，而传统的新闻出版与电视广播分离的状态导致二者在资源整合以及信息传播中难以做到效率最大化，二者的受众市场相对独立，且受众不满意度逐渐提高。面对互联网的竞争，新闻出版与广播电视都进入艰难的发展时期。新闻出版与广播电视都在寻找各自的出路。无疑，将新闻出版与广播电视发展融合，借助于不同产业的优势进行资源的集中分配，充分利用双方的市场以及客户资源，达到效率的最大化，是传统媒体在新媒体挑战下的必然选择。

2. 新闻出版与广播电视融合发展的现状及问题

2.1 新闻出版与广播电视融合发展现状

新闻出版与广播电视的融合主要包括平台融合、信息融合以及受众市场与影响力的融合。

信息传播平台融合。新闻出版与广播电视融合的主要方式就是信息传播平台的融合。新闻出版以报纸作为信息传播的主要平台，而电台与电视则是广播电视信息传播的主要平台，在新闻出版与广播电视融合中，首先改变报纸与广播电视各自传播信息的问题，通过平台整合，建立信息一体化传播平台。

信息的融合。在信息平台融合的基础上，新闻出版与广播电视还表现出信息的融合。融媒时代下，人们对于信息的关注开始多样化，要求信息传播速度的同时，还关注到信息的真实性与完整性。网络融合虽然满足速度要求，但是大众生产与碎片化传播特点导致真实性与完整性不足。新闻出版与广播电视根据网络新闻信息的这一问题，经过信息融合后，侧重于通过不同层面的关注为受众提供全面的、准确的、严谨以及权威的信息，实现从新闻采集、编辑到报道的全过程融合。

受众市场与影响力的融合。新闻出版与广播电视融合的主要内容还在于受众市场与影响力的融合。传统新闻出版的主要受众群体为上班族，广播的影响力则为司机群体，电视的影响力主要针对时间充裕的学生、离退休人员以及待岗人员等。通过媒体融合，新闻出版与广播电视统一到一个管理机构中，对应的，原有新闻平台的受众也成为综合管理机构的受众。从全局层面来看，每一个新闻平台的受众群体都扩大了。且媒体融合下，传统的媒体单独营销宣传的局面被打破，不同媒体之间互相宣传，提高了宣传的效率，并有效地节约了资源，扩大了媒体的影响力。

2.2 存在的问题

新闻出版与广播电视融合中的问题包括信息报道同质化，新闻信息来源受限以及深度融合的困难。

信息报道的同质化。新闻出版与广播电视融合中，在平台融合与信息共享的背景下，突出问题就是信息报道的同质化问题。新闻在报纸、电台与电视上轮流报道，新闻内容雷同，仅仅存在报道方式的区别，而新闻出版与广播电视的受众很大范围是重合的，这就导致受众不同平台接受到的信息内容相同，影响到受众对新闻出版以及广播电视的信任度。

新闻出版与广播电视深度整合的困难。我国长期实行新闻出版与广播电视分别管理，不同的管理模式以及发展定位下，二者的生产方式以及管理模式存在很大的差别，在新闻出版与广播电视整合中，还停留在平台与信息融合的表层阶段，行政指导的逻辑仍旧存在，两个机构的工作惯性短时间难以改变。机构整合下，新闻出

版与广播电视仍旧是两个产业，二者跨界发展有限，如何全面融合运作模式、资源条件，真正实现一体化发展，仍旧是一个大问题。

3. 新闻出版与广播电视融合的发展路径

3.1 扩大整合强度，全面整合新媒体资源，真正实现综合发展

新闻出版与广播电视整合的思路仍旧存在局限性，整合内容局限在传统媒体的层面，缺乏与新闻媒体的联系，导致发展中难以实现资源最大化的利用，难以扩大受众范围，获得一手资源，提高新闻传播效率。因此，在后续发展中可以打开思路，打破传统媒体的局限，将网络新闻媒体纳入到整合发展中，真正实现融媒发展。整合新媒体资源，首先完善新闻出版广播电视总局的管理思路，确定多屏贯通的一体化发展模式。在新闻出版与广播电融合中，利用双方平台资源，纳入新媒体的内容，以《新京报》为例，在融合发展中，结合发展现状分析，综合报纸与电视平台、网络信息门户的基础上，通过与腾讯、搜狐新闻等平台的合作，在互联网为新闻平台建立《新京报》的新闻版块，以自身的影响力、专业性提高互联网新闻平台的价值，通过借助于互联网新闻平台的资源扩大受众面，保证发展与市场需求相符合。

加大新闻整合力度，实现多屏贯通的一体化融合，在增加融合范围的基础上，还应该完善有关制度建议。传统新闻平台因为社会价值引导的作用，一直处于国家的管制之中，市场化运作模式有限，影响到新闻平台深入融合的实现。在未来发展中，新闻出版与广播电视总局应该就当前趋势，调整新闻出版与广播电视以及网络平台融合的政策，允许网络媒体参与到新闻融合中，并以详细的准入资格、从业人员规定以及新闻发布内容规定保证新闻管理的有效性。

3.2 深化新闻报道，体现差异化

网络新闻来源多样，互动性强，具有新闻内容零散化，片面性的问题。对此，新闻出版与广播电视融合中，可以根据自身特色，通过新闻内容的深入报道，弥补网络报道的不足，将网络新闻的受众纳入到传统新闻的观众中。首先，通过实地采访加深新闻内容报道，通过专题形式进行新闻内容的连续化报道。在新媒体冲击下，传统新闻的信息“新”的特点不足，但是传统新闻可以根据自身新闻生产特点，通过深入化报道，保证新闻报道更为完整、真实；对于短期内难以获得完整资料的新闻，建立新闻专题制度，以连续报道的方式保证新闻信息的深入性与连贯性。

其次，通过特色新闻内容的报道，体现传统新闻的差异性。相对于网络新闻平台，新闻出版及广播电视经过多年的发展，积累了优秀的新闻制作经验，具有丰富的新闻人以及评论人资源，具有大量合作企业资源。新闻媒体发展中，应该充分利用这些资源，建立特色的新闻内容。新闻内容的选择上，可以是当前社会热点话题，如空巢老人、留守儿童等话题，利用深入采访与系列报道的方式，展示出这些真实的社会状况，引发人们思考与关注，同时发挥电视新闻的教化作用。另外，传统新闻还可以创造性地制作系列新闻内容，引发新的社会热点话题，如环境类新闻、文化类新闻、建筑类新闻等。在新闻制作中，采用纪录片以及访谈的方式，展现出中国独有的社会问题、优秀的历史文化内容等。最后，在新闻报道方式上体现出差异化。新闻出版与广播电视融合的差异化不仅仅考虑到与新媒体的新闻信息的差异化，还应该考虑到与传统媒体以及同类新闻媒体的差异化。在新闻报道中，引入名人报道新闻的方式，以比较具有影响力的明星、公知、网络大V等作为新闻报道者，利用这些人的影响力提高新闻的收视率。在新闻制作中，进行制作技术的创新，使用3D仿真技术等还原一些新闻场景，普及相关知识，提高新闻的观赏性。在新闻播出后，通过多种渠道听取民众的建议，积极改进后续新闻报道。

结语

随着科技的发展，手机越来越智能，笔记本电脑越来越轻薄，平板电脑已经成为人们日常生活中的必需品，移动网络成为人们能够超越时间与地域限制，即时获得信息的保证。在将来，会有更多的人通过手机、电脑、平板电脑等移动终端设备在网络媒体上获得相关新闻的信息，并对信息进行评论与转发。无数普通大众广泛参与到新闻信息的传播中，使新闻信息的传播方式发生了改变。基于新闻传播特点，未来新闻发展中，将会进入“无缝传播”时代。我们经常遇到一边看电视新闻，一边玩IPAD，一边手机上网的情况，受众不再局限于一种终端传递的信息，新闻传播传播渠道由电视延伸至PC、手机等各大电子媒体。

基于这种新闻传播趋势，电视新闻的未来发展应该致力于打造无缝化传播，将新闻出版、广播、电视、网络等多平台联结全面打通，将传统新闻内容根据受众不同重新挑选并编辑，提供至网络媒体平台，在不同屏幕上显示。除此之外，还可以通过网站、手机客户端、平板电脑APP全面提供新闻信息，全方位满足观众的内容需求。在这一过程中，新闻出版及广播电视应该是无缝化传播的引导者及主要参与者，通过整合网络资源以及其他资源，促进无缝化传播的发展，实现引导新闻产业发展的功能。媒

参考文献

[1] 王辉．新闻出版与广播电视合并对传媒业发展的影响[J]. 新闻界，2013（12）.

[2] 吴锋，屠忠俊．我国新闻出版与广电业行政管理体制改革的回顾与前瞻——2013年“署局合并”之透视[J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2013（05）.

[3] 李冠阳．广播电视产业发展的创新及变革[J]. 西部广播电视，2015（17）.

[4] 陈疆平．我国广播电视产业发展的创新思路[J]. 科技风，2014（18）.

（作者单位：浙江传媒学院播音主持艺术学院）